Curso de Agente Comercial

José Abellón

Módulo Actividad de Venta Técnica

- Comportamientos de compra y venta
- Psicología aplicada a la venta
- Comunicación y empresa. Técnicas aplicadas
- Metodología de conocimiento del producto
- **Metodología de conocimiento del cliente**
- Métodos de venta
- Etapas de la venta directa
- Negociación comercial
- Seguimiento de ventas

Unidad Didáctica 5:

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Recordatorio, un cliente es:

cualquier entidad, física o jurídica, que efectúa la adquisición de un producto o servicio que necesita o desea para él o para un tercero, satisfaciendo el intercambio de valor entre él y su proveedor.

Primera clasificación: clientes actuales y clientes potenciales

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

- Métodos cuantitativos, basados en las cantidades
- Métodos cualitativos, basados en las cualidades

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Fichero de clientes, información base
- Análisis de ventas
  - · ABC de Clientes, volumen de facturación
  - · Por consumo, variedad de productos comprados
  - · Por zonas y/o rutas de venta
- Fichero de reclamaciones
- Ficheros históricos, de ventas, de cobros,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Ficha de cliente, información base
  - · Nombre empresa, razón social, dirección, domicilio,..
  - · Datos de contacto
    - - Persona de contacto, cargo (jefe de compras,..)
    - - Teléfono (extensión), móvil, e-mail,..
  - · Datos comerciales
    - - Tarifa que se le aplica
    - - Descuentos negociados, pto.pago, rappel.,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Ficha de cliente, información base
  - · Datos financieros
    - Crédito y riesgo concedido (compañías de caución)
    - Forma de pago (en función del crédito)
      - · Contado
      - · Aplazado, 30, 60, 90
    - Medios de pago, Cheque, Pagaré, Letra de cambio,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Análisis de las ventas,
  - · ABC de clientes, relación ordenada de clientes por volumen de ventas
  - · Basada en la ley 80/20 de V. Pareto (Italia 1923)
  - ·Clasifica los clientes en tres grandes grupos:
    - · Tipo A, grandes cuentas, clientes importantes (vitales)
    - · Tipo B, clientes de cartera, trabajar a diario (objetivo)
    - · Tipo C, clientes esporádicos, ocasionales (potenciar)

Conocimiento de clientes

Nº Cliente	Cliente Nombre o Código	% Cliente	Facturación por cliente	% Facturación	Total Acumulado	% Acumulado
			Clientes A			
1	Mayor & Cia	2,56%	35.153.250	17,57%	35.153.250	17,57%
2	Perez & Perez	5,13%	29.811.650	14,90%	64.964.902	32,46%
3	Junior's	7,69%	22.150.000	11,07%	87.114.902	43,53%
4	Nikita	10,26%	20.403.600	10,20%	107.518.502	53,73%
5	Overseas	12,82%	16.977.300	8,48%	124.495.802	62,21%
6	Cosimo	15,38%	13.473.700	6,73%	137.969.502	68,95%
7	Nicolau	17,95%	10.567.600	5,28%	148.537.102	74,23%
			Clientes B			
8	PPT	20,51%	8.989.540	4,49%	157.526.642	78,72%
9	González Hnos	23,08%	5.667.000	2,83%	163.193.642	81,55%
10	Xilófono	25,64%	5.393.700	2,70%	168.587.342	84,25%
11	Chupete	28,21%	5.263.000	2,63%	173.850.342	86,88%
12	Heraclito's	30,77%	4.954.000	2,48%	178.804.342	89,35%
13	Bosque	33,33%	2.208.000	1,10%	181.012.342	90,46%
14	Teletreinta	35,90%	2.139.725	1,07%	183.152.067	91,53%
15	Montesori	38,46%	2.090.000	1,04%	185.242.067	92,57%
16	Raúl y Asc	41,03%	1.930.000	0,96%	187.172.067	93,53%
17	Dinacap	43,59%	1.897.000	0,95%	189.069.067	94,48%
18	Pepito Grillo	46,15%	1.720.000	0,86%	190.789.067	95,34%
19	American's	48,72%	1.684.500	0,84%	192.473.567	96,18%
20	Fiori	51,28%	1.670.000	0,83%	194.143.567	97,02%
21	Dante & Asc	53,85%	1.397.000	0,70%	195.540.567	97,72%
22	Maria Dist.	56,41%	1.080.000	0,54%	196.620.567	98,26%
			Clientes C			
23	Hnos. Gómez	58,97%	808.000	0,40%	197.428.567	98,66%
24	Laurent	61,54%	722.600	0,36%	198.151.167	99,02%
25	Poij`jifmf	64,10%	677.500	0,34%	198.828.667	99,36%
26	Eioiuiu	66,67%	654.000	0,33%	199.482.667	99,69%
27	Pooiunpoiub	69,23%	578.600	0,29%	200.061.267	99,98%
28	Fopiuu	71,79%	462.000	0,23%	200.523.267	100,21%
29	M'nnnoom c	74,36%	211.800	0,11%	200.735.067	100,31%
30	Frtuinom	76,92%	200.000	0,10%	200.935.067	100,41%
31	Mkiuhb iu	79,49%	157.500	0,08%	201.092.567	100,49%
32	Piuypby	82,05%	150.000	0,07%	201.242.567	100,57%
33	Roinbpo	84,62%	110.000	0,05%	201.352.567	100,62%
34	Tpoijj ji	87,18%	107.100	0,05%	201.459.667	100,67%
35	L`pnonp	89,74%	100.000	0,05%	201.559.667	100,72%
36	Hpoñu	92,31%	87.000	0,04%	201.646.667	100,77%
37	Yonngggy	94,87%	75.000	0,04%	201.721.667	100,80%
38	Whugbo	97,44%	74.015	0,04%	201.795.686	100,84%
39	Kkkkk	100,00%	-1.684.500	-0,84%	200.111.186	100,00%
			TOTALES			
39	TOTALES	100,00%	200.111.186	100,00%	200.111.186	100,00%

Metodología
Actuales · Potenciales

ABC analítico de clientes

Conocimiento de clientes

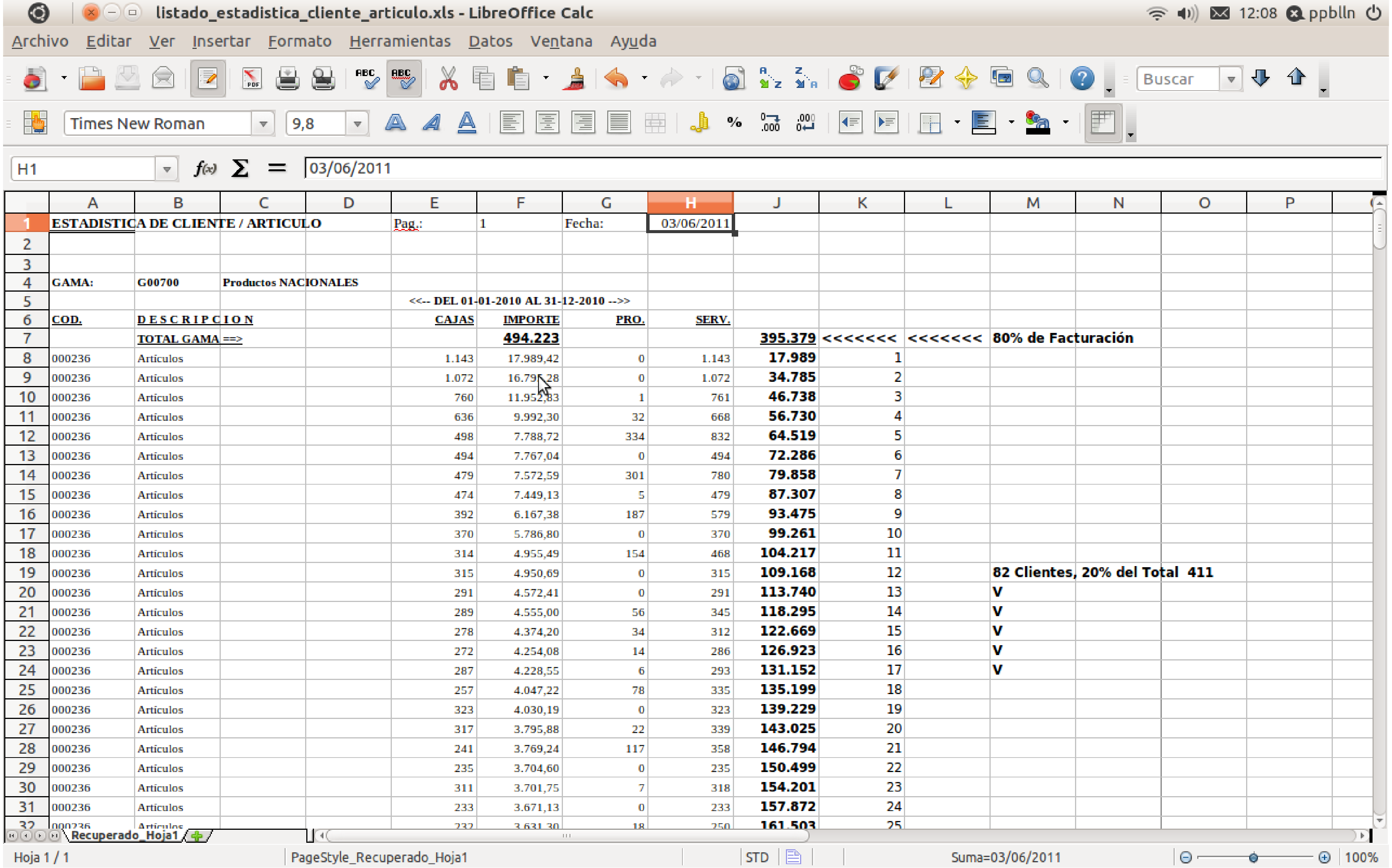
Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Análisis del consumo, estadísticas de la cartera de clientes
  - · Relación de productos consumidos por cliente
  - · Evolución en el consumo de productos por cliente
  - · Productos más y menos valorados por el cliente
  - · Matriz BCG por cliente

Conocimiento de clientes



	A	B	C	D	E	F	G	H	J	K	L	M
1	ESTADISTICA DE CLIENTE / ARTICULO				Pag.:	1	Fecha:	03/06/2011				
2												
3												
4	GAMA:	G00700	Productos NACIONALES									
5					<<-- DEL 01-01-2010 AL 31-12-2010 -->>							
6	COD.	DESCRIPCION			CAJAS	IMPORTE	PRO.	SERV.				
7		TOTAL GAMA ==>				494.223			395.379	<<<<<<<	<<<<<<<	80% de Facturación
8	000236	Articulos			1.143	17.989,42	0	1.143	17.989	1		
9	000236	Articulos			1.072	16.795,28	0	1.072	34.785	2		
10	000236	Articulos			760	11.952,83	1	761	46.738	3		
11	000236	Articulos			636	9.992,30	32	668	56.730	4		
12	000236	Articulos			498	7.788,72	334	832	64.519	5		
13	000236	Articulos			494	7.767,04	0	494	72.286	6		
14	000236	Articulos			479	7.572,59	301	780	79.858	7		
15	000236	Articulos			474	7.449,13	5	479	87.307	8		
16	000236	Articulos			392	6.167,38	187	579	93.475	9		
17	000236	Articulos			370	5.786,80	0	370	99.261	10		
18	000236	Articulos			314	4.955,49	154	468	104.217	11		
19	000236	Articulos			315	4.950,69	0	315	109.168	12		82 Clientes, 20% del Total 411
20	000236	Articulos			291	4.572,41	0	291	113.740	13		V
21	000236	Articulos			289	4.555,00	56	345	118.295	14		V
22	000236	Articulos			278	4.374,20	34	312	122.669	15		V
23	000236	Articulos			272	4.254,08	14	286	126.923	16		V
24	000236	Articulos			287	4.228,55	6	293	131.152	17		V
25	000236	Articulos			257	4.047,22	78	335	135.199	18		
26	000236	Articulos			323	4.030,19	0	323	139.229	19		
27	000236	Articulos			317	3.795,88	22	339	143.025	20		
28	000236	Articulos			241	3.769,24	117	358	146.794	21		
29	000236	Articulos			235	3.704,60	0	235	150.499	22		
30	000236	Articulos			311	3.701,75	7	318	154.201	23		
31	000236	Articulos			233	3.671,13	0	233	157.872	24		
32	000236	Articulos			232	3.631,30	18	250	161.503	25		

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Análisis zonas/rutas de venta, itinerario de ventas ordenado
  - · Ámbito geográfico, territorio que se gestiona, longitud, km.
  - · Cantidad de clientes por ruta, reparto de la cartera de clientes
  - · Tipos de cliente a lo largo de la ruta y localización
  - · Frecuencias de visita, nivel de servicio, duración media de la visita
  - · Volúmenes de consumo (€), tipos de producto
  - · Rentabilidad de la ruta o zona

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Fichero de reclamaciones, estudio de la satisfacción del cliente
  - · Histórico de reclamaciones y quejas
  - · Quejas del servicio, de la atención, de calidad del producto, post venta,..
  - · Devoluciones de producto, por error, por no venta, por no esperado,..
  - · Reposiciones de producto por problemas de calidad, fallas y/o taras,..
  - · Devolución de facturas, abonos, conflictos de cobro o pago,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cuantitativos, basados en las cantidades

- Otras fuentes internas de información para el conocimiento de los clientes
  - · Ficheros históricos de:
    - Facturación y venta
    - De gestión de cobro y recobro
    - De impagados y devoluciones
    - Contabilidad, cuenta de explotación por cliente (rentabilidad)

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, basados en las cualidades

- Motivaciones de compra
- Obstáculos y objeciones
- Grado de fidelidad

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, basados en las cualidades

- Motivaciones de compra

  · Adecuación del cliente actual al target definido (cambio orientación táctica)
  · Motivación de tipo racional o emocional
  · Necesidades descubiertas y cubiertas

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, basados en las cualidades

- Obstáculos y objeciones de compra
  - · Principales obstáculos de compra planteados por los clientes
    - Físicos, económicos o psicológicos
  - · Objeciones detectadas, inventario de objeciones explicitadas por el cliente
    - Tipificación de las objeciones
    - Elaboración de argumentos para rebatirlas
    - Manual soluciones a las objeciones como formación del vendedor

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, basados en las cualidades

- Grado de fidelidad
    - Encuestas de satisfacción del cliente
    - Obtenemos información sobre su grado de fidelidad

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, grado de fidelidad

	Fidelidad Baja	Fidelidad Alta
Satisfacción Baja	Opositor	
Satisfacción Alta		

Busca proveedores alternativos, generador de publicidad negativa

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, grado de fidelidad

	Fidelidad Baja	Fidelidad Alta
Satisfacción Baja	Opositor	Cautivo
Satisfacción Alta		

Cliente descontento, no puede cambiar de proveedor, opositor en potencia

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, grado de fidelidad

	Fidelidad Baja	Fidelidad Alta
Satisfacción Baja	Opositor	Cautivo
Satisfacción Alta	Mercenario	

Busca precio, el mejor postor, carente de compromiso, entra y sale cartera

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer una cartera de clientes ya establecida,

Métodos cualitativos, grado de fidelidad

	Fidelidad Baja	Fidelidad Alta
Satisfacción Baja	Opositor	Cautivo
Satisfacción Alta	Mercenario	Prescriptor

Satisfecho, fiel y amigo, recomienda nuestros productos y servicios

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Fórmulas para conocer a clientes potenciales

- Métodos cuantitativos, basados en las cantidades
- Métodos cualitativos, basados en las cualidades

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,

- Encuestas, basadas en una batería de preguntas predefinidas

- Paneles, información periódica de una muestra de la población

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Encuestas, basadas en una batería de preguntas predefinidas
  - · Tipos de pregunta: abiertas, cerradas, de evaluación, de filtro, de relleno,..
  - · Criterios:
    - - Recogida de información general, por correo, telefónica, personal,..
    - - Sobre una casuística concreta, monográficas, temáticas,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,

- Encuestas, basadas en una batería de preguntas predefinidas
  - · Son realizadas por:
    - los propios establecimientos si disponen de medios (grandes cadenas)
    - organismos/empresas encargados del estudio del consumidor
      Instituto Nacional Consumo, Instituto Nacional Estadística,
      Cámaras de Comercio,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles, muestra estable y representativa constituida por:
  - Consumidores
  - Establecimientos detallistas

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de consumidores
  - Panel DYM, panel explicativo de la conducta de compra, permite prever ventas y cuotas de mercado.
  - Ministerio Agricultura, Pesca y Alimentación desde 1986 provee de información sobre hábitos de consumo de los españoles Datos sobre cantidad comprada por producto, nivel de gasto, lugar,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de distribución, sobre detallistas
  - Recavan información periódica sobre establecimientos detallistas
    - Ventas en unidades o en €,
    - Volúmenes y rotación de stocks
    - Venta media por tienda
    - stock en el lugar de venta (lineales)

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de distribución, sobre detallistas
  - Según el tipo de información se denominan:
    · Panel de alimentación, panel de textil, panel de farmacia,..

  - Información muy técnica y objetiva,
    se obtiene de mediante el registro de stocks reales en los establecimientos

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de distribución, sobre detallistas
  - La ecuación básica es:

V = (Ei + C) – Ea

[**V**=Ventas, **Ei**= Existencia inicial, **C**=Compras, **Ea**=Existencia actual]

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de distribución, sobre detallistas
  - NIELSEN es uno de los paneles más conocidos
    analiza y cuantifica stocks sobre una muestra constante y representativa de pequeñas, medianas y grandes superficies
  - Proporciona resultados sobre ventas en € y producto, rotación y roturas de stocks, venta media, cuota de mercado,..

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cuantitativos, aspectos medibles y cuantificables,
- Paneles de distribución, sobre detallistas
  - Ventajas de los paneles:
    · Proporcionan información objetiva y periódica
    · Registran ventas reales de los consumidores
    · Cuotas de participación en el mercado por marca
    · Variaciones de ventas por competidor,..
    (Útil para pequeñas empresas que no pueden costear un estudio mercado)

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cualitativos, permiten conocer aspectos del comportamiento del consumidor,

- Permiten conocer las motivaciones de compra, opinión sobre precios, marcas, envases, publicidad,..

- La muestra representa un determinado colectivo no el total de la población (segmento)

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cualitativos, permiten conocer aspectos del comportamiento del consumidor,

- Técnicas más usadas:
  - · Test proyectivos, se usan palabras, frases incompletas o dibujos, y se pide opinión
  - · Entrevistas en profundidad, cuestiones que el entrevistado responde libremente
  - · Grupos de discusión, se propone un tema y se debate en grupo

Conocimiento de clientes

Metodología
Actuales · Potenciales

Fórmulas para conocer clientes potenciales,
clientes que responden al target pero que todavía no compran a la empresa

Métodos cualitativos, permiten conocer aspectos del comportamiento del consumidor,

- Estas técnicas las realizan psicólogos por que además de la respuesta se estudian otras variables como para-lenguaje, lenguaje no verbal, actitudes,.
- Se suelen realizar antes del lanzamiento de un nuevo producto, de modificarlo o de renovarlo

Módulo Actividad de Venta Técnica

Unidad Didáctica 5:

- Comportamientos de compra y venta
- Psicología aplicada a la venta
- Comunicación y empresa. Técnicas aplicadas
- Metodología de conocimiento del producto
- **Metodología de conocimiento del cliente**
- Métodos de venta
- Etapas de la venta directa
- Negociación comercial
- Seguimiento de ventas